

Abstrakt

Tato práce poskytuje komplexní analýzu pobídek zaměřených na podporu prodeje elektrických automobilů a zkoumá jejich vliv na toto odvětví v zemích Evropské unie i mimo ni mezi lety 2010 a 2019. Pobídky jsou rozděleny v závislosti na jejich načasování a na typu přínosu, který poskytují, na jednorázové peněžní, opakující se peněžní a nepeněžní pobídky. K určení efektu pobídek je využito metody fixních efektů a metody rozdílu v rozdílech, které zohledňují nepozorované faktory ovlivňující trh s elektrickými automobily. Výsledky modelů fixních efektů odhalily signifikantní pozitivní efekt jednorázových peněžních pobídek na prodej bateriových elektromobilů a signifikantní pozitivní efekt jednorázových i opakující se peněžních pobídek na prodej plug-in hybridních elektromobilů. Analýza individuálních efektů následně ukázala, že pobídky s největším efektem na prodej elektrických automobilů jsou sleva z ceny a daňová pobídka poskytnutá při nákupu vozidla. Pomocí modelu rozdílu v rozdílech byl potvrzen signifikantní pozitivní vztah mezi slevou z ceny vozidla a prodejem bateriových elektromobilů.

Klasifikace JEL C33, H71, L62, L98, O31, Q55

Klíčová slova Elektrický automobil, Pobídky, Daňové pobídky, Slevy, Přijetí technologie

Název práce Vliv pobídek na prodej elektrických automobilů v Evropské unii